



**PUCP**

Facultad de Ciencias e Ingeniería



  
**INICIO**  
**08 DE ABRIL**

  
**MODALIDAD**  
**VIRTUAL**

DIPLOMATURA DE ESPECIALIZACIÓN EN

# MARKETING

198 HORAS



## Información de la Diplomatura

En un contexto global donde los mercados son intensamente competitivos, con consumidores cada vez más exigentes, los negocios demandan profesionales sólidamente capacitados en el área de la gestión comercial. Ante ello, la Diplomatura de Especialización en Marketing responde a la necesidad de contar con profesionales que cuenten con los conocimientos y herramientas para enfrentar con éxito los desafíos del mercado, con orientación al logro de resultados en el corto y largo plazo.

### | *Dirigido a:*

Administradores de empresas, licenciados en ciencias de la comunicación, ingenieros, magísteres que requieran de un nivel de especialización en Marketing y otros profesionales que se desempeñen en cargos ejecutivos en el área de Marketing o afines.

### | *Objetivos:*



Administrar la implementación de las estrategias y tácticas de marketing de bienes y servicios.



Alinear las capacidades de la organización en torno al mercado y a los consumidores



Crear ventajas comparativas verdaderas desde el punto de vista del consumidor.



Incorporar herramientas digitales al desarrollo del Marketing.

# Malla curricular

## PRIMER CICLO

### *Investigación y Analisis Estratégico de Mercados*

En este curso los participantes recolectarán la información para analizarla, diagnosticar la situación y tomar decisiones respecto a que mercados o segmentos dirigimos y atender. Asimismo, la investigación primaria y secundaria son parte del aprendizaje así como métodos como entrevistas, encuestas en profundidad, focus group, entre otros.

### *Gestión del Producto*

En este curso se tendrá acceso a decisiones sobre diversas variables halladas en sus investigaciones de mercado y estudios de comportamiento del consumidor. Son decisiones de producto, el envase, el etiquetado, el empaque, la marca, el posicionamiento, el brand equity y la innovación de productos. Asimismo, se trabajara la Matriz BCG entre otras herramientas y el servicio.

### *Comportamiento del Consumidor*

En este curso los participantes tendrán acceso al conocimiento del comportamiento del consumidor, atendiendo variables diversas como la conductual, estilos de vida en el Perú, logrando con ello desarrollar productos y servicios que el segmento al que nos dirigimos desea encontrar en los diversos canales de distribución.

### *Gestión del Precio*

En este curso se definen los márgenes de operación; asimismo la estrategia con la que se trabajara el mercado objetivo, en base a costos, a comparación con otros dentro del sector, a la diferenciación, entre otras.

## SEGUNDO CICLO

### *Gestión de la Distribución*

En este curso se estudia la forma como llegara el producto al mercado, el participante aprende a tomar decisiones sobre los diversos canales de distribución que usará, incluido el canal digital. Asimismo, evalúa la forma más eficiente de transporte, manipuleo y exhibición de los productos en el punto de venta.

### *Finanzas para el Marketing*

En este curso los participantes tendrán acceso al conocimiento y herramientas financieras que sostienen la validación del producto final de la Diplomatura de Especialización en Marketing, que es "Un Plan de Marketing". No solo se trata de proveerles de conocimientos y herramientas para desarrollar flujos financieros y estados de resultados; sino también dotarlos de las capacidades para generar K<sub>i</sub>PI que permitan seguir la evolución de la estrategia intencionada que el Plan de Marketing propone al finalizar la Diplomatura de Especialización.

### *Tópicos en Marketing*

En este curso el participante se relaciona con diversas manifestaciones del Marketing, preparándose para dominar herramientas específicas de diversos quehaceres del Mundo del Marketing Personal, empresarial y digital.

### *Dirección Estratégica de Marketing*

En este curso se aprenderá a tomar decisiones bajo ecosistemas muy complejos y diversos. El participante trabaja con casos y en forma grupal, se promueve la investigación y el debate. Son asuntos estratégicos, la segmentación y el posicionamiento, así como el marketing relacional enfatizando el Marketing one to one.

### *Gestión de la Comunicación*

En este curso se identifica las distintas estrategias de comunicación, desde la publicidad en medios masivos como la TV, radio y prensa hasta la comunicación digital. Esta "P" del Marketing (Promoción) comunica al consumidor que su producto está en un determinado canal, a un precio específico. Asimismo, la estrategia de Comunicación hacia el cliente externo solo puede ser acompañada con una Estrategia hacia el cliente interno.

## TERCER CICLO

### *Taller de Metodologías Agiles*

En este Taller los participantes tendrán la oportunidad de evidenciar las nuevas metodologías que desde el 2012 se están implementando en el mundo para innovar bienes y servicios, a fin de promover el trabajo colaborativo y a su vez desarrollar la toma de decisiones de alta velocidad gracias a la Data Analytics. Metodologías como: Desing Thinking (Innovación); SCRUM (Trabajo colaborativo detrás de proyectos); Machine Learning y Big Data (Data y toma de decisiones) son herramientas que modernizan con seguridad la propuesta de nuestra malla curricular.

### *Marketing Digital*

En este curso los participantes tendrán la oportunidad de ver dos temas, un ecosistema digital para comunicar sus ventajas comparativas y competitivas a través de contenidos; y también conocerán diversas herramientas digitales para promover sus bienes y servicios. Frentes como: SEO y SEM resultan muy importantes en un sistema integral de Marketing digital, frente que en estos tiempos responde a la transformación de negocios en el ámbito del Marketing.

### *Elaboración y Ejecución del Plan de Marketing*

En este curso se aprenderá la estrategia competitiva que la organización implementará. Se familiariza con el proceso interactivo e iterativo que da vida a la Estrategia Competitiva. Asimismo aprenden a responder preguntas que dan vida al proceso de tres fases: Diagnóstico, Formulación Estratégica e Implementación Estratégica.

### *Marketing B2B*

En este curso los participantes tendrán la visión moderna del Marketing empresarial. Business to Business es una metodología para trabajar diversos frentes del Marketing empresarial, sobre todo el que se refiere a empresas. Empresas que promueven productos y servicios a empresas, es un ámbito de negocios muy diferente a empresas que promueven bienes y servicios a consumidores y clientes, de ahí su nivel de importancia en la malla curricular.

### *Simulación en Marketing*

En este curso el participante toma decisiones sobre el simulador Markstrat, bajo condiciones reales de sistemas empresariales. Hay simulaciones bajo riesgo e incertidumbre y el alumno aprende a pensar estratégicamente. En este curso se concentran todos los cursos previos logrando la toma de decisiones que luego implementará en situaciones reales.

# | *Docentes*



## ***Bringas Egusquiza, Luis Fernando***

MBA de la Maestría Global Executive Laureate MBA IEDE, Magister en Administración de Negocios CENTRUM – PUCP, Master en Dirección Comercial y Marketing ISEAD SCHOOL, Postgrado en RR. HH. y Calidad Total, Ingeniero Industrial PUCP Certificado en Manejo de Dinámicas, con experiencia en Recursos Humanos, Desarrollo del Potencial, Relaciones Públicas, Negociación y consultoría. Íntegro, decidido, orientado a las personas, perseverante, proactivo, gran comunicador, vocación de servicio, innovador, auto motivado, enfocado en resultados exitosos mediante el liderazgo gerencial de equipos interfuncionales a través del coaching, motivación, potencial humano y bandas salariales. Dominio del idioma inglés y portugués así como del ambiente Microsoft. Preparado a trabajar bajo presión y con entrenamiento especial en la toma de decisiones. Una carrera que evidencia creatividad, constancia y habilidad para adaptarse al cambio.



## ***Benites Gavilano, Guillermo Enrique***

Maestría en Administración de Negocios, ESAN; Post.-MBA en Finanzas, Schulich School of Business, York University – Canadá; Programa de Alta Dirección, U. de Piura; Ingeniero Industrial, PUCP. PhD-Candidate Universidad de Piura. Director Gerente y CEO, Innova T21; Director Gerente, Treasury 21, Canadá; Gerente Corporativo, Securit, Canadá; Coordinador Académico, PUCP; Docente, Cursos de Especialización, PUCP.



## ***Valdez Salas, Mario***

Magíster en Administración con Especialización en Marketing, ESAN; Bachiller en Ingeniería Industrial, PUCP; Consultoría independiente (2013 a la fecha); Jefe de Marketing, CAJA MUNICIPAL Y CREDITO DE ICA (2012 – 2013); Líder Comercial, EGA – BATERIAS ENERJET ( 2012 – 2017); Docente, Cursos de Especialización – PUCP; Docente, DARS – PUCP.



## ***Condo Alarcón, Eber***

Estudios de International MBA, Instituto de Empresa en Madrid – España; Postgrado en Marketing, PUCP; Ingeniero Industrial, PUCP; Jefe de Producto, Edpymen Inversiones La Cruz (2014 a la fecha); jefe de Nuevos Productos Tecnológicos, Hermes Transportes Blindados (2010 – 2013); senior del Producto, Telefónica Móviles S.A. (2010), Ganador de cuatro Concursos internacionales de Marketing Estratégico y Planes de Negocio aupiciados por Intel, Motorola, Centrum y USIL; docente, Cursos de especialización, PUCP; docente de Marketing, pregrado, PUCP.



## ***Bravo Monteverde, Guido Humberto***

Maestría en Administración, U. del Pacífico; Estudios de Maestría en Psicología Organizacional, U. Ricardo Palma; Licenciado en Ciencias Administrativas, U. de Lima. Director; Inmark Perú S.A. (2006 a la fecha). Consultor y Capacitador, GBM & Asociados SAC. (1995 a la fecha); Gerente General, Arion internacional (1999-2003). Docente, Cursos de Especialización FCI, PUCP; Docente, Maestría en Administración, Interpraxis, U. del Pacífico.



## ***Espinoza Fuentes, Edgard***

Master en Dirección Comercial y Marketing, Instituto de Empresa IE – España. MBA en ESAN; Licenciado en Administración, U. Católica Santa María; Executive & Life Coach certificado. Facilitador gerencial certificado. Director ejecutivo de PÚLSAR Consulting Group, gerente de Desarrollo Humano en LONDON CONSULTING, gerente de Trade Marketing, Philips Ibérica – España (enero-diciembre del 2003); Docente, Cursos de Especialización, PUCP.



## ***Casafranca Rosas, Juan Carlos***

Magíster en Administración, U. Del Pacífico, Ingeniero Industrial, UNI. Consultor de Marketing (1898 a la fecha), Gerente de Banca Personal (1987-1988). Asesor de Estudios de Mercado para empresas como: Telefónica Data, Grunenthal, Amper S.A., Volvo Perú S.A., Cervesur S.A. Docente, U. del Pacífico, PUCP, U. Lima, U. de Piura, UPC.



## ***Guimaray Ribeyro, Rosa Amparo***

Magister en Gestión y Política de la Innovación y la Tecnología, Escuela de Posgrado de la PUCP, tesis con mención sobresaliente. Master en Administración y Habilidades Directivas en CENTRUM- EADA Barcelona. Ingeniera Industrial por la Pontificia Universidad Católica del Perú, décimo superior. Especializada en Marketing y Ventas, CENTRUM. Experiencia en el área comercial, Investigación de Mercados y mejora de procesos de Servicio al Cliente. Áreas de Investigación: Branding, Marketing de la experiencia, Neuromarketing; Consultora y Conferencista de Marketing e Investigación de mercados. Docente tiempo completo del Departamento de Ciencias de la Gestión, Pontificia Universidad Católica del Perú.

# | Duración y horarios

La Diplomatura de Especialización tiene una duración aproximada de 07 meses. Las clases se dictarán en dos sesiones de 80 minutos, con un intermedio de 15 minutos.



Lunes y Miércoles de 7:00 p.m. a 10:00 p.m. y Sábados de 9:00 a.m. a 12:00 m.



Las clases se van a desarrollar vía Zoom. Con profesores en vivo.

# | Calendario de Actividades 2024 - I

Las clases se van a desarrollar a partir de la siguiente programación:

## ■ Primer ciclo

Del 08 de abril al 25 de mayo de 2024.

## ■ Segundo ciclo

Del 03 de junio al 03 de agosto del 2024.

## ■ Tercer ciclo

Del 12 de agosto al 30 de setiembre del 2024.

# | Inversión

	Comunidad PUCP	General ( antes del 07 de marzo)	General
Contado	S/.5916.6	S/.6228	S/.6920
Financiado	CI de S/.2202 y el saldo en 7 cuotas de S/. 575.14	CI de S/.2202 y el saldo en 7 cuotas de S/. 624.57	CI de S/.2202 y el saldo en 7 cuotas de S/. 674

\*Consulta por los requisitos adicionales para aplicar al financiamiento



**PUCP**

Facultad de Ciencias  
e Ingeniería

## *Contactos*



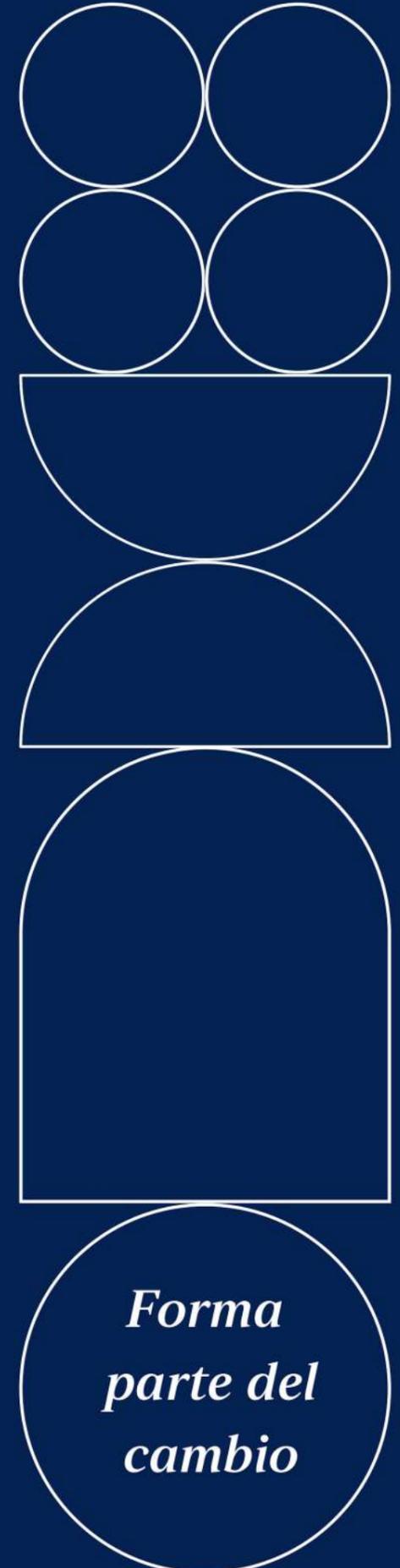
Nicole Rojas



914 015 761



ventasce-3@pucp.edu.pe



Av. Universitaria N°1801, San Miguel, Lima 32 – Perú | Teléfonos: 626-  
2894 © 2020

Pontificia Universidad Católica del Perú – Todos los derechos  
reservados